

从战略管理模式来看，获得长期竞争优势的特点使富有创新精神的企业家与公司成功更紧密地结合在一起。

企业家精神与战略管理

□ 文 / 唐震 廖泉文

企业家精神研究视角的转变

经济学界对企业家研究影响最大的是新古典经济学家熊彼特，他认为企业家总是以创造性地破坏市场均衡获取超额利润，这一过程有赖于企业家的创新能力。熊彼特的成功在于他首先提出“企业家创新”的观念，但他认为“企业家创新行为是以追求利润最大化为目标”这一观点被很多学者提出质疑，他们认为在现代社会司制的企业中，经营者与所有者逐渐分离，更多为职业经理人的经营者不具有企业的所有权对创新利润的追求并不一定能够构成他们进行创新的动因。

管理学与经济学最大的分歧就是人性假设。随着人性假设从社会人到复杂人假设，再到文化人或道德人的发展过程对人的认识更加全面，也更能深刻分析企业家这一重要而又特殊的群体。澳大利亚学者 Kirzner 于 1973 就提出了“企业家的发现”概念，认为企业家不是经济人，他们的行为也不是被动、理性和机械地适应以最终实现有效行为目标的平衡的市场，相反，他们对市场机会非常敏感，是创造性和活跃地面对一个始终不平衡的市场。Morris 也认为，企业家精神领域具有七个观察角度，即财富的创造、企业的创造、革新的创造、变革的创造、工作机会的创造、价值的创造，以

及成长性的创造，每一个角度都具有代表性，但他特别强调了“创新”在这个领域的重要作用。

可见，在管理学视角，企业家精神已经超越了熊彼特的“自发性”和“个体性”的范畴，关注企业的生长和发展过程。企业家精神的理念已经成为一种对经营模式和机会的思考方式，代表追求利益和不确定性的行为方式。

战略管理模式的变化

战略管理诞生于20世纪50年代的美国，并不断发展形成了60、70年代的战略管理理论丛林。但此时的战略管理领域中单纯注重描述性的规范化内容，即使是SWOT方法也仅是概念性框架。因此，战略管理在人们心目中是高深、复杂而又难以捉摸的。在实践中缺乏可传播性和应用性。

直到20世纪80年代初，迈克尔·波特《竞争战略》的问世，把经济学的产业组织理论和方法引入战略管理领域，为战略管理提供了简明而有力的分析工具，也由此推动了“战略产业”的迅速发展。

20世纪90年代初，以Barney等学者创立的资源基础理论为思想源泉，普拉哈拉德和哈默提出核心能力理论，认为企业是一个能力的集合体，其拥有的

核心能力是企业长期竞争优势的源泉。研究学者们认识到：企业本质上是一定资源的集合体，但企业成功的关键在于它能否整合内外资源为己所用。因此，企业对资源的动态整合能力在企业竞争优势的形成过程中的地位和作用比资源本身更为重要，它通常被表述为战略创新能力。显然，对战略创新能力的强调使富有创新精神的企业家与公司成功更紧密地结合在一起。

企业家精神与战略管理的内在联系

企业家精神与战略管理本是两个相互独立的研究领域，一般认为，企业家精神注重创造，而战略管理注重建立组织的竞争优势(公司绩效)，基于此，两者在很多方面都存在不同的看法，如战略管理多集中于大企业，而企业家精神大多关注小企业。然而，国外也有学者从战略角度研究了市场定向和企业家定向之间的关系，通过大量实证调查得出市场定向和企业家定向具有很强的正相关性的结论。

在学科发展史上，企业家精神概念在经济学领域诞生的时间远远早于战略管理(战略管理的学科诞生与发展与经济学也存在着千丝万缕的联系)的出现，但战略管理领域，企业家分部是从战略管理分部“企业政策与战略”中独立出去的一支。

相互界定。企业家精神的定义一直不统一,因为很多学者一直想把企业家精神与其它学科相独立而界定。然而,自从进入管理学的历史舞台,企业家精神方面的文献一直在研究与企业成长相关的问题,这就很难避开战略管理。

互为构成。Schendel认为战略有两个组成部分,即企业家精神部分和整合部分。企业家精神部分决定了在竞争环境中组织应该如何定位。整合部分关注对企业家精神产物,如企业政策、企业文化标准等的管理,从这个意义上讲,企业家精神只是战略管理的一个部分。

此外,按照资源与能力的观点,企业通过内部能力开发、培育和管理来创造持续竞争优势,其中企业家精神是战略管理的一种关键资源。众所周知,无形资源往往具有复杂的社会性而难以被竞争者理解和模仿,所以比有形资源更能为公司创造价值。而很多学者都认为,企业家精神是所有无形资源中最核心的。如Alvarez和Barney提出,企业家往往在认知模式上都具有独特的资源,他们运用这种认知模式来进行战略决策,并且独特的认知模式使企业家能够形成独一无二的、高级的学习模式,形成良性循环。另外,Kirzner也提出,企业家往往对潜在的不稳定的市场机会具有特殊的洞察力,这种敏感性是另一种非常重要的企业资源。

共拓新方向。20世纪90年代以后,西方管理界出现了思想激荡和知识爆炸的局面,各种管理思想在社会经济变革、企业变革的大潮中纷纷出现,在管理学家的努力下,企业家精神逐渐与战略管理研究结合形成新的概念并由此产生了新的研究方向。

1. 企业家精神管理

战略管理理论建构的共同特点就是

将战略管理与组织内部的业务管理分开,依照这条界线,只有那些重大的、全局性的组织活动才可以被划归为战略之列。但战略管理与业务管理原本混合在一起共同构成企业活动,刻意划分两者界线往往导致要么战略过分强调“前瞻性”而走向空洞,要么随着组织业务活动显现“常规性”。究其根源,这种情况的发生是由于对战略管理理解的偏差。

实际上,区分战略管理与内部业务管理的界线是无意义的,因为战略管理本身就包含着两个领域:其一指向“常规性”,另一指向“前瞻性”。其实,钱德勒早在战略管理形成学科之前提出的第一个战略定义“战略就是一个公司基本的长期目的和目标的决定过程,以及为了实现这些目标所进行的行为调整和资源分配”,其中就已经隐含了这两种指向。米歇尔、斯道瑞和托马斯提出,将这两个指向分别命名为行政管理领域和企业家精神管理领域,前者关注系统内部的调和及防止亏损,后者则强调为组织的未来进行创造。

2. 战略企业家精神

企业家精神是企业寻找机会的活动,战略管理是企业实现竞争优势的活动,前者是关于创新的行为,后者主要研究如何通过竞争优势实现超过平均水平的绩效,两者之间的关系共同涉及到企业把握机会和建立优势之间的关系。

显然,企业家精神和战略管理共同关注企业对环境适应性及利用外部环境的不确定性和非连续性蕴含的机会创造价值。因为企业家精神不可能是凭空产生或天然存在的,企业也不可能只考虑创新而不考虑创新所产生的结果,企业家识别机会、组织资源和实现机会的利用及利用创造的价值是一个连续不可分的过程,必须依靠战略管理的方法和

途径来展开。因此,Hitt等学者提出战略企业家精神,认为它是企业家精神的行动和战略管理行动的结合,可以用来进行企业家战略的设计和实施,从而创造财富。

可见,战略企业家精神是一种以战略观点开展的企业家精神,它用“价值创造”取代了熊彼特的“企业家利润”,使基于战略视角的企业家精神概念更清晰、研究核心更明确、理论内容更丰富。

3. 公司企业家精神

1983年美国管理学者Miller首先提出“公司企业家精神”的概念,随后,Sandberg指出,“公司企业家精神”是企业家精神和战略管理领域的“交接核心”。

“公司企业家”指在公司制企业内开创新业务、实施创新性资源组合的管理者。研究的是对组织内实施资源创新性组合的一切努力和活动的研究。它的提出弥合了以往研究中企业家精神和战略管理关于企业规模看法的不一致。由于随着知识经济的发展,迅速成长的小企业利用创新优势“侵蚀”大公司的市场和利润,而同时,大公司由于组织结构和业务范围等因素导致的“大企业病”,决策灵活性、市场反应性等方面都大大降低,这使很多学者意识到,成熟的大公司所面临的主要挑战是如何模拟创业型企业的积极属性,即现有的大公司也需要进行“创造性的破坏”和新的资源组合。因此,学者们提出,企业家精神不应只是新建的小企业的“专利”,大公司的发展也需要“创造能力”,就是要培育公司企业家精神。公司企业家精神则更多地关注从企业家角度研究企业战略管理。

(唐震为厦门大学管理学院、廖泉文为河海大学商学院)